Inzending verkiezing "Beste Binnenstad van Nederland 2011-2013"

Stadsmarketing Gouda, 4 juli 2011
<teksten zijn volgens, voor alle deelnemers uniforme, opmaak ingevoerd op website organisatie>

Vraag 1.

Geef met vijf trefwoorden (of zinsneden) aan waarom u in aanmerking komt voor de titel 'Beste Binnenstad 2011 - 2013'.

Gouda verdient deze titel omdat zij zich kenmerkt door:

1. Een magnifiek decor voor winkelen en uitgaan
2. Enthousiaste ondernemers met hart voor de stad
3. Authentiek 15e eeuws te combineren met helemaal van nu
4. Unieke evenementen en activiteiten
5. Opvallende stadspromotie

Vraag 2.

Kunt u aan de hand van de trefwoorden uit vraag 1 motiveren waarom uw binnenstad *nu* de Beste Binnenstad is? (Max. 600 woorden)

1. Magnifiek decor winkelen en uitgaan

Onvervangbaar is de historische binnenstad van Gouda, waar het relaxt winkelen en goed toeven is. Winkels en horecagelegenheden zijn veelal gevestigd in prachtige oude panden en gelegen aan eeuwenoude straten, steegjes en grachten. Het knusse Gouda heeft een gevarieerd en aantrekkelijk winkelaanbod: een interessante mix van de bekende grote ketens met vele unieke, ambachtelijke en design winkeltjes. Gecentreerd rondom de Markt, met als stralend middelpunt het sfeervolle gotische Stadhuis, waar het op één van de vele gezellige terrasjes altijd goed toeven is. En dit alles goed bereikbaar met de auto en de trein.

2. Enthousiaste ondernemers met hart voor de stad

De Goudse binnenstadsondernemers zetten originele en hartverwarmende activiteiten voor het winkelend publiek op touw. Zo kregen bezoekers tijdens de Valentijnsactie 2011 een rode, hartvormige ballon, was de hele binnenstad met rode ballonnen versierd, werden op de Markt sms-jes met Valentijnswensen getoond en was het Stadhuis roze-rood verlicht. En tegelijkertijd kon men bij de 'Kiss and Go' trouwen voor één dag - een vooral vrolijke ceremonie.

Na afloop van het muziekfestijn The Passion (zie punt 4) kregen 5.000 bezoekers op initiatief van ondernemers en VVV door vrijwilligers een goed gevulde Goudse Goodiebag uitgereikt. Hierin zat ondermeer een passepartout voor MuseumgoudA, de Sint-Janskerk en het Stadhuis om zo herhalingsbezoek te genereren.

3. 15e eeuws authentiek en toch helemaal van nu

Gouda positioneert zich als historische stad, die ook volop mee doet in de 21e eeuw. Geen levend museum, maar een stad waarin de cultuurhistorische rijkdom een

aantrekkelijke omgeving biedt voor de moderne consument, die zich graag laat verrassen. Ook de oorspronkelijke ambachtelijkheid en het vakwerk van Goudse bedrijven is behouden gebleven, deze openbaart zich in de vele Goudse zilver-, keramiek en sieradenboetieks, de ateliers en galeries. Ook heerlijkheden als chocola, kaas en stroopwafels worden op een eigentijdse manier aangeboden.

4. Unieke evenementen

Gouda bij Kaars- en Kunstlicht
De jaarlijkse Goudse Kaarsjesavond wordt ieder jaar nog groter en mooier en is inmiddels uitgegroeid tot een drie weken durend winterevenement: 'Gouda bij Kaars- en Kunstlicht'. Met een feeërieke lichtprojectie op het Stadhuis, de Goudse Ijsbaan op de Markt, een magnifieke uitlichting van de Goudse (glas-in-lood)Glazen in de Sint-Janskerk, de Galerieroute, lichtprojecties in de Museumhaven en op de middeleeuwse Jeruzalemkapel, Lichtkunst in Goudse Horeca en tenslotte Gouda Geeft! trekt dit evenement jaarlijks steeds meer enthousiaste bezoekers naar de stad.

The Passion
Gouda is in 2011 verkozen als stad om The Passion in te laten plaatsvinden. Dit traditionele Paasverhaal, maar dan op een moderne wijze vertolkt met bekende artiesten als Syb van der Ploeg en Do, heeft 15.000 bezoekers aangetrokken. De landelijke uitstraling was nog veel groter: via tv en internet hebben 1,8 miljoen mensen Gouda kunnen bewonderen. Het programma werd met een dikke acht beoordeeld. In ruim 100 landelijke media is er aandacht besteed aan dit festival. Gouda bevindt zich met dit evenement in internationaal gezelschap: The Passion is vóór Gouda in Manchester opgevoerd en in 2012 wordt mogelijk New York de stad van The Passion.

En nog veel meer typisch Goudse evenementen…
als de **Goudse Keramiekdagen, Gouda Waterstad, de Goudse Kaas- en Ambachtenmarkt en het Gouds Montmartre**.

5. Opvallende stadspromotie

Onlangs is vanuit Stadsmarketing Gouda de campagne 'See you Zoen in Gouda' letterlijk uitgerold door Nederland. In juni reden al 80 Goudse tankwagens, vrachtauto's en bestelbusjes rond, bestickerd met een Goudse contactadvertentie en de slogan 'See you Zoen in Gouda'. En dat worden er nog meer. Ook is er een inspirerende website www.seeyouzoeningouda.nl om mensen te verleiden om een dagje naar Gouda te komen.

Fotografie: Pim Mul, Oscar van der Wijk, John van Meeteren
Foto's copyright gemeente Gouda.

Foto 1

Foto 2

Foto 3

Foto 4

Foto 5

Vraag 3.

Kunt u maximaal vijf unieke en onderscheidende locaties benoemen waar de bezoeker uw binnenstad het beste kan ervaren (max. 200 woorden per locatie)

1. De Markt rond het 15e eeuwse Stadhuis

Op de Markt komt alles bij elkaar en daar 'gebeurt het': iedere zomerwoensdag het Gouds Montmartre, een gezellige brocante markt en iedere donder- en zaterdag de levendige weekmarkt met biologische markt. En natuurlijk de Kaasmarkt en de vele terrasjes. Maar ook vinden er 'sportieve' evenementen plaats, zo won het meisje dat het snelst zonder handen een bord spaghetti kon leegeten een mooie scooter, een initiatief van een lokaal restaurant. Ook kan de markt veranderen in een groot zandstrand voor het beachvolleybaltoernooi.
In de winter schittert op de Markt 'Gouda bij Kaars- en Kunstlicht' en kun je er schaatsen. Kaarsjesavond wordt gevierd met het zingen van traditionele kerstliederen bij de enorme Noorse boom, die door de burgemeester zelf in het Noorwegen wordt uitgezocht.
Het Stadhuis is een juweeltje en lijkt met haar rode luiken op een romantisch kasteel. Het Stadhuis is het icoon van Gouda en staat ook prominent in het Stadsmarketing logo. Een miniatuur van het Stadhuis staat in Madurodam. In Japan bevindt zich een replica van het stadhuis op ware grootte. Maar het Stadhuis is in Nederland ook te koop: tijdens de feestdagen kon men bij de Marskramer een Gouds Stadhuisje met feestverlichting aanschaffen.

2. Het Ambachtenkwartier

Het gebied Naaierstraat-Lange Groenendaal vormt het Ambachtenkwartier en demonstreert het best het karakter van Gouda. Gouda staat al eeuwenlang bekend om haar vakwerk. Het ambachtenkwartier is een genot voor alle zintuigen: de geur van chocoladeatelier Puur, de kleurige prinsessenstoelen bij Mixedup en de bonte kralen bij Inspiratio, een van de grootste kralenwinkels van Nederland. Bij de aanblik van Het Kaaswinkeltje en de Stroopwafels van Gebackerij van den Berg loopt het water je in de mond. Bovendien vind je ook in dit gebied zeer oude gebouwen, neem De Vier Gekroonden, dat in de top 100 van Unesco monumenten staat.

Men kan in Gouda diverse 'Ontdek Gouda' routes lopen: de 'Ontdek de ambachten van Gouda' route leidt langs 18 bijzondere winkels en locaties. De route'Ontdek kunst, antiek en design in Gouda' voert langs maar liefst 54 kunstzinnige winkels.

3. De Goudse Waag, Kaasmuseum en Kaasmarkt

Gouda is wereldberoemd vanwege haar kaas. Uit binnen- en buitenland komt men kijken naar het wegen der kazen bij de Waag. Op de begane grond van de Waag bevindt zich een echte kaaswinkel met heerlijke echt Hollandse Goudse kazen en een culishop. De winkel biedt alles wat met kaas te maken heeft. Van bijzondere kaasjes tot de beste kaasschaven.

De Waag is ingericht als Kaas- en Ambachten museum, waar men van alles te weten kan komen over de historie van de Goudse Waag en de producten die hier gewogen en verhandeld werden. In het museum is bovendien veel informatie te vinden over de Goudse ambachten. Zeer regelmatig worden er diverse demonstraties gegeven, zoals: Kaasmaken, Goudse Kaarsen dompelen en Pijpenmaken.
Op de Markt vindt s' zomers de Kaasmarkt plaats.

Proeflokaal en Kaasproeverijen
Het Uniekaas proeflokaal is het culinaire kaascentrum van Gouda. Hier kan men de Echte Hollandse Goudsche kazen proeven in authentieke sfeer. Op een informele wijze vertelt de kaasmeester gepassioneerd over kaas en leert men de verscheidene kazen te herkennen tijdens kaasproeverijen en workshops.

4. Waterstad Gouda en Museumhaven

De ligging van Gouda aan het water heeft ervoor gezorgd dat Gouda rijk is aan grote en bijzondere monumentale panden. Deze zijn vaak gelegen aan een netwerk van intieme, bijna geheimzinnige, waterlopen, met intrigerende namen als Donkere Sluis en onderdoorgang Dubbele Buurten. De goed gerestaureerde grachten, sluizen en monumentale panden herinneren aan de tijd dat al het internationale vaarverkeer door Gouda moest varen, een periode van grote welvaart voor Gouda. In de Museumhaven en in de grachten liggen historische schepen en er wordt een koppeling gemaakt tussen de historische binnenvaart en het beschermd stadsgezicht.

5. Sint-Janskerk en de Goudse Glazen

De Sint-Janskerk is niet alleen de langste kerk van Nederland, zij is vooral beroemd om haar gebrandschilderde ramen: 'de Goudse Glazen'. Ze bevatten afbeeldingen uit de bijbelse en vaderlandse geschiedenis. Een deel ervan werd vervaardigd tussen 1555 en 1572. De broers Crabeth hebben in die de cartons (tekeningen) en glazen gemaakt. Naar verwachting vindt er dit najaar een grote Crabeth tentoonstelling in Gouda plaats.

In de winter worden de Goudse Glazen prachtig verlicht. De Glazen zijn ook, bedrukt op reusachtige lampenkappen, te zien bij aankomst op het Goudse NS station. In de winter zijn straatlantaarns voorzien van "Goudse Glazen" lampenkappen.

Fotografie: Pim Mul, Oscar van der Wijk, John van Meeteren, Hans Anders
Foto 1,3,4 en 5 copyright gemeente Gouda

Voeg digitaal fotomateriaal toe als illustratie van de locaties evenals een kaartbeeld waarop de locaties zijn aangegeven.

Foto 1

Foto 2

Foto 3

Foto 4

Foto 5

Vraag 4.

Welke aansprekende resultaten zijn er in de periode 2009 - 2011 bereikt binnen het thema ruimtelijke economie en welke inspanningen hebben daarvoor de basis gevormd?

1. De Verbeelding wordt realiteit

In 2010 is de eerste paal van bouwproject de Verbeelding op het Bolwerk geslagen. Rond en in dit industrieel erfgoed, dat ondermeer bestaat uit de voormalige Lichtfabriek en het Waterleidingbedrijf, worden stadsappartementen, atelierwoningen, een Grand Café, een parkeergarage en een Best Western hotel gevestigd. De parkeergarage wordt dit jaar in gebruik genomen.

2. Inzet van de 5e marketing P: de Pui

Winkelpuien worden opgeknapt. Dit wordt door de gemeente gestimuleerd door een subsidieregeling en door de uitreiking van tweejaarlijkse Puienprijs. In mei dit jaar heeft America Today deze prijs gewonnen.

3. Versterking centrumgebied

In 2011 is voor de ontwikkeling van het Zuidelijk Stationsgebied de intentieovereenkomst met Multi Vastgoed ondertekend. Dit project is gericht op uitbreiding van het winkelaanbod (met 18.000 m2 V.V.O.), wonen en parkeervoorzieningen in de binnenstad. Hiermee wordt een natuurlijke verbinding tussen het station en de oude binnenstad gerealiseerd. Door deze uitbreiding versterkt Gouda haar positie als winkelhart van Midden-Holland.

4. 11 panden weer helemaal gebruiksklaar

De OMB (Ontwikkelings Maatschappij Binnenstad met als aandeelhouders de gemeente en woningbouwcorporatie Mozaïek) heeft onlangs 11 gerestaureerde panden met woon- en winkel/werkbestemming aan de Wilhelminastraat opgeleverd. Het OMB heeft als doel de (dreigende) achteruitgang en verloedering in delen van de Goudse binnenstad terug te dringen door toevoeging van combinaties van economische en woonfuncties. De activiteiten van de OMB zijn gericht op de vermindering van leegstand, de verbetering van de bouwkundige staat van panden en vergroting van de levendigheid (aantal passanten) en versterking kleinschalige trendy detailhandel en horeca.

De leegstand in binnenstedelijke winkelstraten neemt de laatste periode toe. Geef in maximaal 500 woorden aan in hoeverre dit op uw gemeente van toepassing is en op welke manieren u de eventuele leegstand terugdringt?

In de Goudse binnenstad is de mate van leegstand vergelijkbaar met het landelijk gemiddelde. Om verdere leegstand een halt toe te roepen wordt in eerste instantie gefocust op het behoud van het huidige winkel- en horeca aanbod. Er is een accountmanager Bedrijfsleven, die als aanspreekpunt fungeert voor het bedrijfsleven. Daarnaast zijn de volgende maatregelen vanuit de gemeente in gang gezet:

a. De werkgroep “Flankerend beleid” is onlangs van start gegaan. Deze heeft tot doel de oude binnenstad in prima conditie te krijgen om zo goed voorbereid te

zijn en aan te sluiten op de komst van het nieuwe winkelcentrum in het Zuidelijk Stationsgebied. Hiervan profiteren de gevestigde en nieuw te vestigen zaken, ook al ruim vóór de komst van het nieuwe winkelcentrum.
b. In 2011 is het college akkoord gegaan met een versoepeling van het Samenvoegingsbeleid winkels. Hierdoor krijgen ondernemers meer mogelijkheden om hun zaak rendabel te exploiteren, terwijl de authenticiteit van winkel- en straatbeeld zo goed mogelijk behouden blijft.

Uiteraard wordt er door de gemeente ook geïnvesteerd in het aantrekken van nieuwe bedrijven. De accountmanager zet zich hiervoor in. Daarnaast is er het project "Mijn Idee, goed idee", een samenwerking met de Kamer van Koophandel, met als doel nieuwe bedrijvigheid en werkgelegenheid te stimuleren. Mensen met een goed idee voor een eigen onderneming worden in dit project begeleid bij het opstellen van een kansrijk en realistisch bedrijfsplan.

Vraag 5.

Beschrijf in maximaal 500 woorden de uitgangspunten van het geldende detailhandelsbeleid ten aanzien van de binnenstad in relatie tot het beleid voor buurt- en wijkwinkelcentra en perifere locaties?

Koopmotief en locatie winkel
In de detailhandelsvisie "Meer keuze in winkelen 2009-2020" is het koopmotief van de consument het uitgangspunt. Door uit te gaan van het koopmotief is het mogelijk een koppeling te maken tussen de kwaliteiten van het detailhandelsaanbod en de in de stad aanwezige winkelstructuur. De volgende motieven en gewenste locaties zijn te onderscheiden:

Koopmotief	Locatie
▪ Dagelijks/Gemak:	nu wijkgericht, straks versterkt wijkgericht.
▪ Doelgericht/Run:	nu verspreid, straks zoveel mogelijk cluster Goudse Poort.
▪ Vergelijkend/Fun:	nu binnenstad, straks versterkt centrumgebied.

Investeren in bronpunten en aanlooproutes:
Om het centrumgebied als winkelhart van Midden-Holland sterk neer te zetten investeert Gouda in het ontwikkelen van zogenaamde bronpunten en aanlooproutes:

- Westrand binnenstad: Bolwerk (hotel en parkeervoorzieningen); belangrijk is de aanlooproute Nieuwe Haven/Turfmarkt vanuit dit bronpunt naar de binnenstad verder te accentueren.
- Noordrand binnenstad: Spoorzone (wonen- en winkelvoorzieningen, parkeren); met name accentueren en verbeteren aanloopgebied naar binnenstad (naast versterking van het centrumgebied door uitbreiding (grootschalige) winkelvoorzieningen in de Spoorzone).
- Oostrand binnenstad: Klein Amerika (parkeren) en verbeteren aanlooproute naar binnenstad door versterken gebied Wilhelminastraat en omgeving.
- Noordoostrand binnenstad: Stadsschouwburg (cultuur, parkeren); verbeteren aanlooproute naar binnenstad.

Niet alleen is het verbeteren en ontwikkelen van de aanloopstraten en looproutes naar de binnenstad toe van belang. Ook de routing in de binnenstad zelf verdient extra aandacht. Uiteindelijk gaat het erom een logische en aangename routing door de stad te creëren van bronpunt naar binnenstad en ook in de binnenstad zelf. De werkgroep Flankerend beleid besteedt hier nadrukkelijk aandacht aan.

Thematisering winkelstraten
Daarnaast zijn er in dwaalmilieus initiatieven van winkeliers om de herkenbaarheid van hun straat te verhogen. Op deze wijze zijn het Ambachtenkwartier en het Cultureel en Havenkwartier ontstaan. De gemeente heeft dit gefaciliteerd en deels gefinancierd.

Vraag 6.

Op welke wijze heeft u de uitstraling van de openbare ruimte en gevels in uw binnenstad in de periode 2009 - 2011 verbeterd?

Ondernemers hebben de afgelopen twee jaar met behulp van budget uit het Ondernemersfonds Gouda (en met faciliterering van de gemeente) de binnenstad als volgt verfraaid:

- Uniforme kerstverlichting en her te gebruiken straatversieringen bij Koninginnedag en Valentijnsdag
- "Ronde Kazen versiering" van winkelstraten
- Drijvende kazen in de gracht
- Fleurige bloembakken
- Goudse Glazen lampenkappen

De gemeente stimuleert een aantrekkelijke uitstraling van de openbare ruimte met de volgende middelen:

- Het Uitstallingenbeleid
- De Puiensubsidie en -Prijs
- De ontwikkeling van themagebieden, die met spandoeken worden gemarkeerd. Zij heeft ook de folders van "Ontdek Gouda" routes, waarmee Gouda kan worden beleefd, gefinancierd
- Restaureren van gemeentelijke monumenten en specifieke watermonumenten als:
    1. Nieuwe deuren voor de Donkere Sluis
    2. Het Reeuwijks Verlaat (een belangrijke entree vanaf de Reeuwijkse Plassen naar de binnenstad)
    3. De Uiterste Brug
    4. Restauratie van en verlichting in de onderdoorgang Dubbele Buurten
    5. De Stolwijksluis wordt op dit moment gerestaureerd.

Vraag 7.

Door welke inspanningen heeft u de leefbaarheid en veiligheid in uw binnenstad in de periode 2009 - 2011 verbeterd?

Het verhogen van de veiligheid is in Gouda een van de speerpunten van het Coalitieakkoord. Inmiddels blijken alle inspanningen tezamen tot resultaat te leiden:

- Bewoners van de binnenstad beoordelen de veiligheid in de eigen buurt steeds positiever: het percentage bewoners dat zich veilig voelt is van 66% in 2008 naar 75% in 2010 gestegen. (Bron: Bewonersenquete Gouda)
- Volgens de AD Misdaadmeter is Gouda veel veiliger geworden: Gouda is in 2010 van de 15e naar de 41e plaats gezakt. In de misdaadmeter wordt de criminaliteit per gemeente in beeld gebracht en vergeleken met andere gemeenten. De misdaadmeter is gebaseerd op politiecijfers en registreert de daadwerkelijk gepleegde delicten.

Gouda blijft in leefbaarheid en veiligheid investeren. De afgelopen twee jaar is het volgende ondernomen:

1. Sluitend en live gemonitord camerasysteem

Gouda heeft een zeer goed systeem van toezichtcamera's. Bijzonder is dat deze van 9.00 – tot 23.00 uur (en in het weekend ook s'nachts) live worden gemonitord. In 2010 zijn er nog een aantal nieuwe toezichtcamera's in de binnenstad bijgeplaatst, waardoor er een sluitend netwerk van cameratoezicht is gevormd. En dit heeft resultaat: vorig jaar is het aantal mensen dat werd opgepakt wegens verdenking van winkeldiefstal toegenomen.

2. Convenant "Veilig Uitgaan"

Het convenant om de veiligheid tijdens uitgaanstijden te waarborgen is onlangs, vanwege het succes van vorige afspraken, verlengd tot 2015. Het huidige convenant "Veilig Uitgaan" is een afspraak tussen de gemeente, de Milieudienst, de Horeca, de politie, brandweer en het bedrijf dat de openbare ruimte beheert en het afval verzamelt.

3. Wonen boven winkels

Door een speciale subsidie wordt het "Wonen boven winkels" gepromoot. Winkelbedrijven met verbouwingsplannen worden desgewenst actief begeleid om boven hun winkels woonruimte te creëren, waardoor er 's avonds en 's nachts meer leven in de stad is.

Vraag 8.

Wat heeft u op het gebied van marketing en promotie van uw binnenstad in de periode 2009 - 2011 bereikt en welke inspanningen heeft u daarvoor geleverd?

1. Stadsmarketing met betrokken partners en sterke focus

In 2010 is vanuit de gemeente het Platform Stadsmarketing opgericht waaraan belangrijke Goudse stakeholders deelnemen. Ook is er een coördinator Stadsmarketing aangesteld. Deze heeft samen met het Platform een Strategisch plan, Positionering van Gouda en Activiteitenplan opgesteld, dat nu wordt gerealiseerd. De gemeente investeert in 2011 € 125.000 in Stadsmarketing en woningbouwcorporatie Mozaiek Wonen € 25.000.

Kernpunten van de positionering van Gouda zijn:

- Doelstelling is het verhogen van economische vitaliteit van Gouda door een levendige en aantrekkelijke binnenstad te stimuleren.
- Rode draad: Gouda historische stad in de 21e eeuw. Traditie en historie, maar wel toegesneden op de hedendaagse consument. Dit is ook zichtbaar in evenementen en de festivals The Passion en Gouda bij Kaars- en Kunstlicht.

- Belangrijkste thema's: Kunst/Cultuur en Kaas/Streek. Ambachtelijk. Genieten en gezellig. Centrale ligging Gouda
- Primaire doelgroep: Gouda, Regio en grote steden Rotterdam, Den Haag en Utrecht. Communicatie doelgroep: vrouwen, 35+ (shoppen graag en bepalen groot deel gezinsuitgaven en de gezinsuitjes)

2. Recent gekozen positionering al zichtbaar

Bovenstaande positionering wordt zo goed mogelijk doorgevoerd in het evenementenbeleid, de ontwikkeling van andere activiteiten en in het promotiebeleid van de VVV. Concreet zijn evenementen organisatoren al aan de slag gegaan met het vernieuwen en aantrekkelijker maken van hun programma en professionaliseren van hun promotie.

3. Zeven Ster evenementen

Evenementen vormen een belangrijke trekker voor bezoekers en genereren veel positieve publiciteit. In Gouda worden de meeste evenementen door vrijwilligers georganiseerd. De gemeente heeft een evenementen coördinator aangesteld en faciliteert de organisatoren zo goed mogelijk. Jaarlijks investeert de gemeente € 114.000 in de zeven grootste en meest beeldbepalende evenementen, de Ster evenementen.

4. The Passion, veel bekijks tijdens opvoering, ook herhalingsbezoek

De opvoering van The Passion in 2011 heeft de stad heel veel landelijke publiciteit opgeleverd. Maar liefst 1,8 M kijkers hebben Gouda kunnen bewonderen (via Nederland 3 en internet), zij waardeerden het programma met ruim een acht. Publicaties waren er in meer dan 100 landelijke media naast de 100 filmpjes op Youtube, 16.000 tweets etc.. Veel ondernemers waren en zijn zeer enthousiast over the Passion: zij horen nu, drie maanden na The Passion, van klanten dat zij Gouda wel eens met eigen ogen wilden zien.

5. See you Zoen in Gouda!

In juni 2011 is de campagne "See you Zoen in Gouda" van start gegaan: 80 Goudse bedrijfswagens rijden nu bestickerd met een contactadvertentie en de slogan "see you zoen in Gouda door Nederland. De bijbehorende website www.seeyouzoeningouda.nl inspireert mensen om eens een dagje naar Gouda te komen. Deze site linkt door naar aanbieders van winkel- en vrijetijdsinformatie. Bijzonder aan deze actie is dat zoveel bedrijven belangeloos en enthousiast meedoen met het goed op de kaart zetten van Gouda. Deze campagne wordt nog uitgebreid met meer wagens en voortgezet in andere media.

6. 4 x per jaar update binnenstadsondernemers

Stadsmarketing geeft sinds 2011 samen met de overkoepelende winkeliersvereniging SOG de Binnenstadsnieuwsbrief uit. Deze heeft als doel binnenstadsondernemers goed op de hoogte te houden van de zaken en ontwikkelingen in de binnenstad die voor hen relevant zijn.

Vraag 9.

Welke resultaten op het gebied van mobiliteit zijn er in de periode 2009 - 2011 door uw inspanningen bereikt en welke inspanningen zijn dat?

1. Minder vrachtwagens binnenstad

Binnenstadservice Gouda heeft als doel de binnenstad beter bereikbaar te maken, een beter serviceniveau te leveren voor de ondernemers in de binnenstad en ook het leefmilieu en het imago van de stad Gouda te verbeteren. Concreet betekent dit dat grote vrachtwagens niet meer de binnenstad in hoeven om winkels te bevoorraden, maar dat goederen worden overgeladen naar kleinere wagens, die vervolgens de stad inrijden. Inmiddels is er een logistiek bedrijf "up and running".

2. Uitbreiding aantal parkeerplaatsen

Het aantal parkeerplekken is verhoogd bij Klein Amerika, een parkeerterrein bij de binnenstad. Door de in aanbouw zijnde parkeergarage bij het Bolwerk neemt in 2011 het aantal parkeerplaatsen wederom toe met 350 plaatsen. Mettertijd komen er bij het Zuidelijk Stationsgebied veel plaatsen bij.

3. Verhoging beschikbaarheid parkeerplaatsen

Het aantal beschikbare parkeerplekken is in 2011 mede vergroot door het invoeren van het "mixed" parkeren: bezoekers kunnen nu overdag ook op plaatsen van vergunninghouders parkeren. Daarnaast worden door lagere parkeertarieven op de parkeerterreinen vlak bij de binnenstad, langparkeerders gestimuleerd om daar te parkeren. De bereikbaarheid van de binnenstad voor kort parkeerders is daardoor verhoogd (onderscheid in "run" en "fun" parkeerders). Al voor 2009, maar nog steeds zeer effectief, is het elektronisch parkeerverwijssysteem, waarbij aangegeven wordt hoeveel parkeerplaatsen en nog vrij zijn.

Vraag 10.

Welke inspanningen worden geleverd om het economische klimaat in de binnenstad te bevorderen? U kunt daarbij denken aan maatregelen om de gevolgen van de economische crisis tegen te gaan, het creëren van een ondernemersfonds, subsidies ten dienste van de binnenstedelijke economie, bevorderen van de werkgelegenheid, actieve verwerving van panden. Daarnaast kan het ook gaan om het opstellen van visie en beleid voor deze aspecten.

1. Ondernemers Fonds Gouda

Het oprichten van het Ondernemers Fonds Gouda, Alle ondernemers en eigenaren van bedrijfspanden in Gouda betalen een opslag van 5% op hun OZB-aanslag. Het doel van het fonds is het versterken van het ondernemersklimaat voor en door collectieve ondernemers in de stad. De meeropbrengst van de OZB wordt in een fonds gestort dat ten goede komt aan ondernemers en wordt beheerd door de Stichting OndernemersFondsGouda. Uit dit fonds ontvangt iedere ondernemersvereniging naar rato een budget om naar eigen inzicht te investeren in hun straat of gebied. Door dit systeem draagt iedereen bij, het fenomeen "freeriders" is hiermee verleden tijd.

2. Verkoopbevordering

Onlangs is de werkgroep "Flankerend beleid" gestart, die als doel heeft de economie van de binnenstad te versterken en goed aan te sluiten op de komst van het grote winkelcentrum "Zuidelijk Stationsgebied". Samen met detailhandel, horeca, vastgoedeigenaren en makelaars worden er acties ontwikkeld en uitgevoerd om het winkelgebied aantrekkelijker te maken. Deze acties betreffen: Aantrekkelijke winkelrondjes in de stad, Terrassen, Transparantie vergunningenbeleid, Uitstallingenbeleid, Koopzondagen etcetera. Daarnaast staan onderwerpen op de agenda, die randvoorwaardelijk zijn voor het functioneren van de binnenstad, zoals: Bereikbaarheid en parkeren, Toegankelijkheid voor fietsers en voetgangers, Veiligheid en Kwaliteit openbare ruimte.

3. Kaders en richting

Beslissingen binnen de gemeente worden gebaseerd op beleid zoals onder meer vastgelegd in de Detailhandelsnota, de Horecanota (met daarin opgenomen het Terrassenbeleid) en het Uitstallingenbeleid,

4. Subsidiëren

De gemeente stimuleert door een aantal regelingen (mee te) subsidiëren dat ondermeer de historie en daarmee het kapitaal van de stad goed bewaard blijft. Denk aan de Monumentenregeling en Puienregeling. Ook nieuwe initiatieven worden gesubsidieerd, bijvoorbeeld het project "Mijn idee, goed idee".

Daarnaast investeert de gemeente in het weer bruikbaar maken van woningen/winkels en het verlevendigen van een gebied of straat door middel van de stichting Ontwikkelings Maatschappij Binnenstad.

Ook wordt voor bepaalde monumenten een herbestemming gevonden zoals voor het Badhuis en Arti Legi.

Vraag 11.

Op welke wijze is het organiserend vermogen van de binnenstad in de periode 2009 - 2011 verbeterd?

1. Meer actieve ondernemers en meer winkeliersverenigingen

Door het door de gemeente opzetten het OFG (Ondernemers Fonds Gouda) is de betrokkenheid van ondernemers toegenomen. Om in aanmerking te komen voor een budget uit het OFG om daarmee de eigen straat te verbeteren, hebben meer straten/gebieden een eigen ondernemers- of winkeliersvereniging opgericht.

Deze nieuwe verenigingen hebben zich bij het bestaande SOG (Samenwerkende Ondernemers Gouda) aangesloten. Niet alleen de structuur/organisatiegraad is hierdoor verbeterd, ook is het aantal actieve ondernemers toegenomen.

2. Doe Platform, de naam zegt het al

Vanuit het SOG is het Doe Platform opgericht, van waaruit en met geld van het OFG en SOG, activiteiten worden ondernomen om de binnenstad te verfraaien en te verlevendigen. Bijvoorbeeld de Valentijnsdag, de Goudse Glazen Lampenkappen, de Kerstverlichting en een goodiebag bij The Passion om herhalingsbezoek te stimuleren, etc.

3. Goudabruist! en “Boven de 7e verdieping”

De gemeente faciliteert allerlei initiatieven als Goudabruist! en “Boven de 7e verdieping”. Inwoners en ondernemers bedenken en realiseren allerlei activiteiten. Deze activiteiten zijn vaak gericht op het versterken van een positief zelfbeeld bij Goudse inwoners en ondernemers.

4. Flankerend beleid

In de werkgroep “Flankerend beleid” zitten ondernemers en bijvoorbeeld vastgoedeigenaren. Met hen gaat de gemeente de binnenstad verder ontwikkelen.

5. Stadsmarketing organisatie

Door het oprichten van een Platform Stadsmarketing, met daarin de belangrijkste stakeholders, en een coördinator Stadsmarketing, die veel partijen met elkaar verbindt, is de organisatiegraad en de communicatie tussen ondernemers en gemeente toegenomen.